



## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL .....	i
LMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
INTISARI .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	3
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan .....	7
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat .....	8
1.6 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II LANDASAN TEORI .....	10
2.1 Komponen Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	10
2.2 Komponen Lingkungan Internal Perusahaan .....	11
2.3 SWOT .....	12



2.4 <i>Five Forces</i> Porter .....	15
2.5 Strategi <i>Diamond</i> .....	17
2.5.1 Arena .....	17
2.5.2 Kendaraan.....	17
2.5.3 Diferensiasi.....	18
2.5.4 Tahapan, Kecepatan dan Urutan Bergerak.....	18
2.5.5 Logika Ekonomi.....	19
2.6 Model Bisnis.....	20
2.6.1 Segmentasi Pelanggan.....	21
2.6.2 Proposisi Nilai.....	21
2.6.3 Saluran.....	22
2.6.4 Hubungan Dengan Pelanggan.....	22
2.6.5 Sumber Pendapatan.....	23
2.6.6 Sumber Daya Utama .....	24
2.6.7 Aktifitas Kunci.....	25
2.6.8 Mitra Kunci.....	25
2.6.9 Struktur Biaya.....	26
2.7 Anggaran Belanja Modal .....	26
2.8 Bauran Pemasaran .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Level Analisis.....	28
3.2 Sumber Data.....	28
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	29



3.4 Teknik Analisis Data .....	29
<b>BAB IV STRATEGI DAN RENCANA BISNIS .....</b>	<b>31</b>
4.1 Analisis <i>Five Forces</i> Porter.....	31
4.2 Identifikasi <i>Key Success Factor</i> (KSF).....	33
4.3 Identifikasi Peluang dan Ancaman .....	35
4.4 Evaluasi Bauran Pemasaran .....	36
4.4.1 Produk .....	36
4.4.2 Harga .....	38
4.4.3 Tempat.....	40
4.4.4 Promosi.....	43
4.5 Evaluasi Struktur Biaya .....	44
4.6 Evaluasi Kinerja Bisnis Saat Ini.....	47
4.6.1 Proses Operasional.....	47
4.6.2 Kinerja Penjualan.....	49
4.6.3 Laporan Keuangan .....	55
4.6.4 Investasi.....	59
4.7 Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan.....	59
4.7.1 Kekuatan.....	60
4.7.2 Kelemahan .....	61
4.8 Rencana Pengembangan Pasar dan Proyeksi Finansial Jangka Panjang .....	62
4.8.1 Target Pengembangan Pasar <i>Moderate</i> .....	62
4.8.2 Target Pengembangan Pasar Optimis .....	66
4.8.3 Target Pengembangan Pasar Sangat Optimis .....	69



4.9 Strategi Pengembangan Bisnis .....	72
4.9.1 Arena .....	72
4.9.2 Kendaraan.....	73
4.9.3 Diferensiasi.....	73
4.9.4 Tahapan Kecepatan dan Urutan Bergerak.....	73
4.9.5 Logika Ekonomi.....	74
BAB V SIMPULAN .....	75
5.1 Simpulan .....	75
5.1.1 Evaluasi dan Perencanaan Keuangan.....	75
5.1.2 Model Bisnis .....	76
5.1.3 Strategi Bisnis .....	79
5.2 Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	81



## DAFTAR TABEL

Tabel 1-1 Persentase Pengeluaran Rata-Rata per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Barang Makanan Terhadap Keseluruhan Kelompok Barang.....	4
Tabel 1-2 Jumlah Usaha Makanan yang Teregistrasi di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Indonesia .....	5
Tabel 2-1 Matriks SWOT.....	15
Tabel 4-1 Daftar Harga Produk SiGodang.....	39
Tabel 4-2 Struktur Biaya Bisnis Kuliner SiGodang .....	44
Tabel 4-3 Struktur Biaya Kebab Turki Baba Rafi.....	45
Tabel 4-4 Struktur Biaya Bebek Goreng Slamet .....	46
Tabel 4-5 Perbandingan Biaya Tetap dan Penjualan Tiga Bisnis Kuliner.....	46
Tabel 4-6 Laporan Keuangan SiGodang (Mei, Juni, Juli, Agustus 2014).....	56
Tabel 4-7 Laporan Keuangan SiGodang (September, Oktober, November 2014).....	58
Tabel 4-8 Total Investasi Gerai SiGodang Lippo Cikarang.....	59
Tabel 4-9 Rencana Pengembangan Sigodang Berdasarkan Jumlah Cabang .....	63
Tabel 4-10 Rencana Pengembangan Bisnis SiGodang Berdasarkan Jumlah Piring Versi Moderate .....	64
Tabel 4-11 Ilustrasi Pencapaian Jumlah Piring per Hari Versi Moderate.....	64
Tabel 4-12 Target Perencanaan Keuangan SiGodang Versi Moderate .....	65
Tabel 4-13 Rencana Pengembangan Bisnis SiGodang Berdasarkan Jumlah Piring Versi Optimis.....	67
Tabel 4-14 Ilustrasi Pencapaian Jumlah Piring per Hari Versi Optimis .....	67



Tabel 4-15 Target perencanaan Keuangan SiGodang Versi Optimis.....	67
Tabel 4-16 Rencana Pengembangan Bisnis SiGodang Berdasarkan Jumlah Piring Versi Sangat Optimis .....	70
Tabel 4-17 Ilustrasi Pencapaian Jumlah Piring per Hari Versi Sangat Optimis ...	70
Tabel 4-18 Target Perencanaan Keuangan SiGodang Versi Sangat Optimis .....	71
Tabel 5-1 Rencana Struktur Biaya SiGodang .....	79



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2-1 Strategi <i>Diamond</i> .....	20
Gambar 2-2 Komponen Bauran Pemasaran 4P .....	27
Gambar 4-1 Merek SiGodang .....	37
Gambar 4-2 Produk SiGodang .....	37
Gambar 4-3 Gerai SiGodang Lippo Cikarang.....	41
Gambar 4-4 Denah Gerai SiGodang Cikarang.....	42
Gambar 4-5 Grafik Penjualan Mei 2014 (Dalam Satuan Porsi Penjualan).....	50
Gambar 4-6 Grafik Penjualan Juni 2014 (Dalam Satuan Porsi Penjualan) .....	51
Gambar 4-7 Grafik Penjualan Juli 2014 (Dalam Satuan Porsi Penjualan) .....	51
Gambar 4-8 Grafik Penjualan Agustus 2014 (Dalam Satuan Porsi Penjualan) ....	52
Gambar 4-9 Grafik Penjualan September 2014.....	53
Gambar 4-10 Grafik Penjualan Oktober 2014 .....	54
Gambar 4-11 Grafik Penjualan November 2014.....	55



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS KULINER SIGODANG**  
RANU NUGRAHA, B.M. Purwanto, Dr. MBA.  
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Nine Business Building Blocks</i> .....	83
---	----